

陈福义 范保宁 著

中国商业出版社

商业地理学

理论与应用

The theory and use of
COMMERCIAL
GEOGRAPHY

29.9

95
F729.9
3
2

XAJ56/8

商业地理学理论与应用

陈福义 范保宁 著

中国商业出版社

C

173942

(京)新登字 073 号

责任编辑:蓝垂华
封面设计:李 伟
责任校对:陈福义

商业地理学理论与应用
陈福义 范保宁 著

*

中国商业出版社出版发行
(北京广安门内报国寺1号)

邮政编码:100053

湘海印刷厂印刷

*

787×1092毫米 32开 10.6印张 260千字
1993年12月第1版 1993年12月第1次印刷
印数:1—1500册 定价:13.80元
ISBN7—5044—2196—0/K·71

前 言

顺应“天时”、发挥“地利”发展商品生产、从事商品流通的道理早为人知,商品流通蓬勃发展和市场竞争日益激烈的今天,大家对此体会更加深刻。企业家们迫切需要了解商业经济活动与地理环境关系奥妙的心情,促使了地理学家和经济学家们在加倍努力研究。《商业地理学理论与应用》就是完成湖南省教委下达的相关科研课题后的主要成果。

《商业地理学理论与应用》理论部分,着重阐明地理环境与商业经济活动的本质关系,揭示商品流通地域分布及其组合规律。内容主要包括:商业地理学的发展概论、研究对象及研究任务;地理环境与商业经济活动;商品合理运输(影响商品合理运输的地理环境等);商业区位理论;商品流通网络(批发、零售、饮食、服务、仓储、旅游商业网点等)布局;商业区划和商业区。《商业地理学理论与应用》应用部分,主要探讨湖南商业区的划分和湖南市场发展的方向,分析湘东、湘西、湘东北、湘西北、湘中和湘南各商业区区位、交通、商品产销和商品流通的现状,提出各商业区的发展方向。它既可作为商业地理学理论研究的“铺路石”,又可作为商科院校的教科书,还可以为商业部门合理组织商品流通提供理论依据。

《商业地理学理论与应用》写作过程中,我们力图从地理角度出发,结合商业工作实际,把商品生产、流通、消费在地域上的分布密切结合起来,把理论研究与实际应用结合起来,阐明地理环境与商业经济活动这一主题,提出自己的理论和依据,希望能为同行们深入开展商业地理学理论研究铺路,为商业部门合理

布局商品流通网络提供有价值的参考。但由于众所周知的原因,我国商业地理学的研究起步较晚,有关商品流通网络布局的论著尚不多见,能够提供参考、借鉴的专题论著几乎没有,撰写一部商业地理学理论与应用的专著,困难确实不少。现在,当把这部凝聚着我们心血的书稿交付出版之际,我们热切地希望能通过它把正在蓬勃发展的商业地理学介绍给广大的商业工作者,如果这方面的专业工作者也能从本书中得到一点助益,我们将感到格外欣慰。

本书写作过程中,我们得到恩师——我国著名的经济地理学家、南京大学教授宋家泰先生的精心指导;得到湖南省教委科研处和湖南商业高等专科学校领导的大力支持;得到中国商业出版的热情帮助,在本书付梓之前,蓝垂华副总编辑对全书全面审定,提出了许多宝贵的意见,进行了技术性的整理工作。在此,我们一并致以衷心的感谢。

本书写作过程中,我们参阅了许多同志的著作、文章和消息报导,参阅了大量的统计资料,除去本书已注明的参考书目外,参阅的资料篇目恕不一一列出。在此,我们向所有这些论著的作者表示谢意。

如上所述,《商业地理学理论与应用》因系初创,又限于我们的学术水平和实践经验,书中的错漏在所难免,诚恳欢迎广大读者批评赐教。

陈福义 范保宁
1993年10月于长沙

目 录

第一部分

第一章 国外商业地理学发展概论	(1)
第一节 商业地理学的发展.....	(2)
第二节 中国商业地理学的发展.....	(9)
第二章 商业地理学的对象、性质与任务	(16)
第一节 商业地理学的研究对象	(16)
第二节 商业地理学的科学性质	(20)
第三节 商业地理学的任务	(22)
第三章 地理环境与商业经济活动	(27)
第一节 自然地理环境与商业经济活动	(27)
第二节 人文地理环境与商业经济活动	(39)
第四章 商品合理运输	(45)
第一节 影响商品合理运输的主要因素	(45)
第二节 制约商品运输的相关因素	(51)
第三节 运输方式和运输工具的合理选择	(54)
第四节 实现商品合理运输的途径	(59)
第五章 商业区位分析	(65)
第一节 商业区位分析的主要内容	(65)
第二节 商业区位分析的基本理论	(72)
第六章 商品流通网络布局	(99)
第一节 商品流通网络布局的基本原则	(99)
第二节 按经济区布局商品流通网络.....	(105)
第三节 商品批发流通网络的布局.....	(108)
第四节 商品零售流通网络的布局.....	(123)
第五节 饮食、服务网点的布局	(133)

第六节	城市农贸市场区位的选择	(136)
第七节	商业仓储网点布局	(137)
第八节	旅游商业网点布局	(144)
第七章	商业区划和商业区	(150)
第一节	商业区划	(150)
第二节	商业区	(168)

第二部分

第八章	湖南商业区的划分	(221)
第一节	市场形势分析	(221)
第二节	商业区的划分	(242)
第九章	湘东商业区	(251)
第一节	区情分析	(251)
第二节	发展方向	(257)
第十章	湘西商业区	(272)
第一节	区情分析	(272)
第二节	发展方向	(277)
第十一章	湘东北商业区	(287)
第一节	区情分析	(287)
第二节	发展方向	(292)
第十二章	湘西北商业区	(299)
第一节	区情分析	(299)
第二节	发展方向	(302)
第十三章	湘中商业区	(308)
第一节	区情分析	(308)
第二节	发展方向	(312)
第十四章	湘南商业区	(319)
第一节	区情分析	(319)
第二节	发展方向	(322)

第一部分

第一章 商业地理学发展概论

商业地理学是一门既古老而又年轻的科学。有关商业地理学资料的历史记载,可以追溯到很久远的年代。现代的商业地理学,是经历了原始社会、奴隶社会和封建社会等社会阶段,在漫长的历史时期中逐渐地形成和发展起来的。但科学的商业地理学,则是近几十年才发展起来的。

商业地理学如同其他学科一样,是应社会的需要而产生的,随着社会的发展而发展的。众所周知,地理环境(条件)是人类社会生产经常的必要的物质基础和条件。人类的生产与生活,时时刻刻也离不开地理环境(条件)。自有人类社会以来,人们为了生存发展,始终都在逐步地认识周围的地理环境,不断地了解物产和部落的分布,努力探索生产分布和生活习惯与周围地理环境的关系。早期的人类对其所居住的地理环境,通过生活和生产上的需要,经过长期的实践逐步积累了一些有关商业地理方面的

知识。当然,在人类初期,由于对自然条件的纯依赖和简单利用,以及生产水平低下,只能在肉眼观察的范围内认识事物。所以,古代早期的商业地理知识往往是与自然地理知识混杂在一起的,而且只是零碎和粗浅的。不过,远在最古老的商业地理文献出现之前,商业地理知识就早已产生发展着了。

当人类社会进入到原始社会末期和奴隶社会初期,社会生产力的发展曾引起了社会的大分工。早期的人类也从迁徙无定的采集、渔猎和游牧生活,逐步改变为定居的农耕、畜牧生活。随着种植业、畜牧业和家庭手工业的发展和剩余产品的出现,居住在不同地理环境中的农业部落之间、农业部落与游牧部落之间、农业部落、游牧部落与手工业者之间物产交换越发经常,交换范围也越来越广,交换活动逐渐成为人们经济活动中不可缺少的部分。为了保证交换活动的顺利实现,人们不仅重视对其居住地,而且更迫切需要对其居住地之外广大地区物产分布、交通道路、消费习惯等情况的了解。于是,在不断积累和总结的基础上,一些有关物产地域分布及其地区间产品交换情况记载的作品相继出现,商业地理知识开始萌芽。此后,在漫长的历史时期中,商业地理学随着生产活动和商业活动的不断发展而逐步发展和完善着。

第一节 国外商业地理学的发展

一、古代国外商业地理学的发展

从原始社会进入到奴隶社会后,农业、手工业、商业和航海贸易有所发展,人类社会经济活动的地域范围越来越广,地区间、国家间的商品交换不断加强,尽管当时商品经济还不是经济活动的主流,但经常不断地互通有无却已成为经济发展和人们

生活的必要活动。由于地区间地理环境和商品产销的差异,地区间的商品交换日渐频繁,促进了商业地理知识的积累,有关物产分布、交通道路、居民点分布、生活习惯和商品供需等方面的商业地理知识的文字记载日渐增多。但是,这个时期商业地理知识多与自然地理、经济地理、历史地理知识、旅行札记等混杂一起,尚未能出现专门的商业地理作品。

2 世纪前后,在古希腊和古罗马,由于生产和交换的发展,手工业作坊和商业相当发达,许多商业都市在地中海沿岸兴起,其商业活动范围从南欧地中海沿岸扩展到小亚细亚、北非、西亚及红海、阿拉伯海以至印度洋沿岸各国。当时,为了适应商人和贵族的贸易需要,陆续出现了《商路图》、《周航记》和《商业指南》等记述性的商业地理文献和记载。

5 世纪以后,继古希腊、古罗马人之后,居住在亚非欧三大洲交界地带的阿拉伯人,控制了地中海、红海和印度洋的通道,掌握了海上贸易和欧洲与远东(中国,印度等)的贸易通道,进行着频繁的东西方贸易。特别是 9 至 10 世纪,阿拉伯地区已成为东西方贸易的“桥梁”,阿拉伯人的商业活动除了希腊和罗马人所知道的世界范围外,还涉足到波斯、南洋和中国。随着世界通商和航海事业的不断发展,人们地理视野和商业地理知识日渐扩展,社会对商业地理知识的要求也日益迫切。于是,阿拉伯人有关物产、水系、港口、手工业、商业城市等分布状况的记述性商业地理文献纷纷问世。如公元 977 年,伊本·海卡尔(Iben Khurdadbih)所著的《道路与王国》一书,除了大量记述波斯湾、阿拉伯东北海岸、西亚和中亚地区的物产、港口和重要商业城市分布情况外,还记述了从阿拉伯到中国的贸易航线、港口及其商品等。

12 世纪至 14 世纪的十字军东征,以至随之而来的 15 世纪

至 16 世纪的地理大发现,使地理科学进入了一个新的发展时期。商业地理学的研究也得到了较快的发展,记述性的商业地理著作大量涌出。如德国地理学家塞巴斯蒂安·明斯特尔(Sebastian Münster)撰写的《宇宙志》(Cosmographia)一书,详细地记述了欧洲、亚洲和非洲各主要国家地理位置、物产分布、交通运输等,包含着丰富的商业地理知识。该书在百余年间曾被译成六种文字,发行了 46 版。这充分反映出新兴的商业资本是多么需要商业地理知识。与此同时,为了适应迅速发展的国际贸易的需要,满足人们对掌握和运用商业地理知识的迫切要求,1740 年在里尔出版了首批商业地理学教材,欧洲许多城市开办了商人学校和商业职业学校,开设了商业地理和商人地理等课程,传授有关各国物产、市场、港口、商品供需、商品交换和商品运输方面的商业地理知识。商业地理学成为从古代地理学中最早分离出来的地理学科之一。随着商业地理学内容不断扩大,逐渐把有关农业和工业生产分布方面的知识包括进去,以致发展成为“物产地理”和“经济地理”的前身。随后,还陆续出版了培养训练青年商人的教科书和参考手册,着重介绍各地区的自然条件与自然资源,贸易方法与货币制度,物产分布与消费需求,交通道路与运输规模等商业地理知识,指导商人从何处购进廉价商品,到哪里可以高价出售商品,以获取较多的利润,等等。

17 世纪至 18 世纪,欧洲一些国家经过资产阶级革命,相继从封建社会进入到资本主义社会,资本主义商品经济迅速发展,商品交换日益频繁。在原始资本积累的欲望和重商主义的刺激下,新兴的资产阶级迫切需要从国外寻找原料、燃料和市场,就必然要加强对殖民地的经济掠夺,靠不等价交换和暴力抢劫来获取财富。为争夺控制国内、国外贸易市场和出自急于对殖民地进行经济掠夺剥削的目的,一些资本主义发展速度较快的海洋

型国家,如法国、西班牙、葡萄牙、意大利、希腊、荷兰、英国等国,掀起了商业地理学的研究热潮,有关商业地理的著述空前浩繁起来。商业地理科学进入了一个新的发展时期。这个时期,商业地理学的研究范围主要集中于世界大区域和重要国家的物产及资源分布、集散中心、贸易关系、运输状况,以及对与商品生产有关的地理因素的描述,以提供实用的商品地域分布知识和信息为特色。虽然出现了一些简单的地域分析,却尚未形成一套比较完整的概念体系。

18世纪末期,俄国资本主义得到发展。随着劳动地域分工、生产地区专业化程度的加深和大中城市作为贸易中心的逐渐形成,国内外贸易开始活跃。在这种形势下,俄国商业地理学的研究开始得到发展。80年代出版了M·П楚尔考夫主编的多卷本《俄国商业之历史描述》一书中,详尽地记述国内外贸易、港口、交通、工业企业、城市和各地区的商业分布,为19世纪俄国商业地理学的迅速发展奠定了基础。

18世纪末和19世纪初,美国进入资本主义发展阶段后,为适应当时资本主义商品经济大发展的客观需要,商业地理学的研究迅速兴起,主要描述世界大区域和重要国家的生产特点和贸易情况,对地理条件与特定商品生产的关系,以及生产与贸易关系进行分析的作品开始大量出现。

二、近代国外商业地理学的发展

19世纪初期和中期,工业革命的浪潮席卷西方资本主义国家,机器生产为经济发展提供了强大的动力,商品生产空前发展,世界经济结构发生了深刻的变化。资本主义商品经济的迅速发展和殖民主义下殖民地的不断开拓,世界各地封建闭关自守的经济陆续地被冲破,从而使各国各地区间商业与贸易日益兴盛起来。商业城市、贸易中心不断出现和发展。交通运输尤其海

洋运输空前发展。世界市场逐步形成,其特征是西欧资产阶级向全世界倾销商品,到处掠夺原料。商品、原料市场的扩大,航海、贸易事业的勃兴,引起了许多地理学家和经济学家对商业地理研究的高度重视,研究范围越来越广,以描述商品产地、销地和贸易市场为中心内容的商业地理著作大量涌现。它不但注意商品生产的地域分布,而且更侧重于商品流通过程的地域分布,使早先在记述地理基础上已经有所萌芽的商业地理学,得到了长足的进展。1871年在比利时安特卫普成立并进行的第一次国际地理大会上,进行了国际间地理学术交流,其中航海商业问题竟占大会讨论问题的41%^①

19世纪后期,西欧、北美工业资本主义得到空前的发展。为了适应全球性规模通商贸易的需要,关于商业经济活动与地理环境关系的研究,借助于其他相关科学的进步,开始摆脱了单纯的认识,进入到解释和探讨商品生产、消费和流通的地域差异原因的阶段,把商业地理学的研究提高到了一个新的水平。英国地理学家G·G·奇泽姆(George G·Chisholm)的名著《商业地理手册》(Handbook of Commercial Geography)一书,详细记述了世界商品作物、矿产、工业制品、工业原料、交通、气候,以及不同大洲和不同国家的地志。G·G·奇泽姆在这部名著中,力求从重视商业贸易的英国的角度出发,把商业地理学这门学科系统化,以发展这门学科。所以,这部名著作为比较系统的商业地理学的代表作,在当时就其科学体系来说,是相当出色的。该书于1889年出版,以后通过斯坦普(L·D·Stamp)和其他地理学家的多次修订,到1980年先后发行了20个版本。

^① 徐近立,1950,国际地理大会历次概况,地理学报,16(3)。

三、现代国外商业地理学的发展

进入 20 世纪后,由于现代科学技术的进步,世界经济得到迅速的发展,国际贸易日益扩大,结果,科学的经济地理学逐渐取代了原先商业地理的主要研究领域,并扩大到对世界各国各地区的地域生产体系的综合研究,以及分别对农业、工业、运输业等进行具体而深入的专门研究。商业地理学失去了初始时期的肤浅形式。商业地理学经过一个时期的衰落后,于 50 年代,在全球贸易迅猛发展的时期,才逐渐有所复兴。由于科技的进步,工作手段和分析方法的革新,商业地理研究的应用方向不断加强,研究领域日益扩大,分支学科也得以发展,60 年代起,在研究城市零售网络结构、规划新商业中心、分析区际商品流,以及市场网络体系等一系列工作中,取得了新的发展,形成了独特的研究内容和理论方法。以研究商品生产地域分布、消费构成和消费水平地域差异;影响商品生产、流通和消费的地理环境;商业网络的地域分布及其组合等为主要内容的商业地理学著作层出不穷。德国地理学家瓦尔特·克里斯塔勒吸取了古典区位论的研究成果,着眼于市场的扩大和优化,把复杂纷纭的空间经济现象归并为地域类型、地带和网络等地理实体,然后再抽象为点、线、面三个区位要素,运用数学的计量方法,对德国南部乡村聚落的市场中心和服务范围作了深入的调查研究分析,总结出三角形聚落分布和六边形市场区的经济地域体系,发表了关于南部德国的空间功能组织的创新性著作《德国南部的中心地》(1933 年),创立了“中心地学说”,提出了聚落和市场分布的模式,对商业网络结构进行了开创性研究,使商业地理学的研究由解释性描述进入到确定性解释地理现象的阶段。以后,德国经济学者奥古斯特·勒斯等人在“中心地学说”的蜂窝式等级和补充区的六边形类型两个方面,对自上而下的商业、服务业地域分布

进行了分析,都找到了支持克里斯塔勒概念的证明,发表了修订过的、内容更为丰富的新版本,进一步发展了市场区位理论。此外,C·C·亚当斯、E·V·罗宾逊、埃尔斯沃恩·亨延顿、F·E·威廉斯、斯坦普等人编写出版的《商业地理(学)》,克莱福出版的《贸易中心与贸易路线》等。拉塞尔·史密斯(Russell Smith)撰写出版的很有影响的《工商业地理》(Industrial and Commercial Geography)一书,多次修改再版,几十年中一直被采用为这门课程的教科书。

60年代以后,在新的科学技术革命的推动下,商品流通迅速发展,交通条件不断改善,卫星城镇大量出现,传统的以消费者步行购物为依据而规划商业区位的理论开始发生动摇,传统的城市商业网络体系开始逐渐衰退,持续了一个多世纪的微观商业地理学理论的研究,开始向宏观商业地理研究过渡。研究的重点放到了整个贸易区域的范围之内,运用区位理论、数量和行为地理方法,在总体经济区域中论证商业、服务业空间分布,涌现出许多极有价值的商业地理学论著,商业地理学的研究达到了一个较高的水平。特别是研究城市零售区位结构、规划新的商业中心、分析区际商品流及市场网络系统等一系列工作,赋予了商业地理学以新的生命,形成了独特的研究内容和理论方法。在美国,为了适应本世纪农村人口大量涌进城市,城市商品消费发生巨大变化形势的需要,美国著名学者希尔吉斯以芝加哥城为研究对象,提出了城市地域结构与商业区域分布的同心圆结构学说,发展了克里斯塔勒的“中心地学说”。同心圆结构学说及其在此基础上形成发展、并得到广泛应用的市场网络的“扇形组合理论”和“多核心理论”等,使商业地理学的研究开始从感性阶段上升到理性阶段。在这之后,伯理(Barry·F·)的《市场中心和零售分布地理》,比冯的《对中心学说的再解释》,戴维斯

(William · M · Daris)的《市场地理:着重于零售业》,博学·加尼尔和安妮·德罗贝兹合著的《市场地理学》,约翰·A·道尔逊的《零售地理学》、《欧洲商业布局》、《市场环境》以及《行为地理学》、《城市商业地理学》等大批商业地理学著作相继出版。这些论著从不同方面论述了商业地理学研究的领域,奠定了商业地理学研究的理论基础和方法,使商业地理学得到了进一步的发展和完善。在近代地理学中未能充分发展起来的早期商业地理学,借助于相关学科的进步,不仅迅速成为现代成熟的商业地理学科,而且在这个基础上出现了多门新的分支学科,从而扩大了商业地理学的研究领域。

第二节 中国商业地理学的发展

一、先秦时代中国商业地理知识的萌发

中国古籍有关商业地理理论的叙述比较少见,但有关商业地理知识的记载是源远流长的。远在最古老的商业地理文献出现之前,中国商业地理知识就早已形成和发展着了。

早在原始社会末期和奴隶社会初期,随着生产力的发展,社会分工的深化和交换活动的出现,商业开始萌芽,越来越多的交换活动逐渐成为人们经济活动中不可缺少部分。这个时期我国开始出现了一些含有记述商品产销地域分布状况的地理知识的作品。古代文献《管子·揆度》篇载有:尧舜的时候,“北用禹氏之玉,南贵江汉之珠”的事实,记叙了黄河流域的部落和西北、长江流域部族之间的商品交换活动。《淮南子·修务训》指出:“尧之治天下也,水处者泛,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”,记叙了各地区由于自然条件和生产

技术发展不平衡所造成的产品在地区间的有无和巧拙,以及地区间的交换情况。认为通过发展商品的地区交换,可以扬长补短,可用当地擅长生产的优质产品去换取本地区不能生产的产品,可以市为中心,广泛招徕居民进行交换活动,扩大各地产品的集散,提出了关于商业地理方面的知识。《尚书·大传》和《易·系辞下》中也分别有:“顿丘(今河南浚县)买贵,于是贩于顿丘,传虚(今山西解州虞乡)卖贱,于是债于传虚”和“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”等记叙。这都说明了当时的人们已经懂得以其所有,易其所无,把产品从多余的地方,运到缺少这种产品的地方去交换各自所需的产品,哪里东西卖得贵,就把东西运到哪去卖,哪里东西便宜就到哪里去买。

春秋战国时期,中国在世界上最早出现封建社会的萌芽,新的生产关系在封建政府的保护下发展起来,促进了社会生产力的迅速发展。当时,虽然自给自足的自然经济仍占统治地位,但是,全国特别是社会经济比较发达的地区,农产品的商品量大大增加了,与农产品相交换的手工业品也越来越多,在农业和手工业两大部门交换日益频繁的同时,又由于各诸侯国地理条件的差异,生产发展水平的不同,各国之间频繁的商业往来和盐铁开始进入市场,人们经济活动的范围有所扩大,地区间产品交换也日益频繁,国内市场逐步扩大。发展中的商品经济,不仅发展了国内的商品流通,而且也开拓了海外市场,从而导致简单商品流向和较大商业中心城市的出现。商品交换活动的日趋频繁,使得人们对各地区商业活动特征的研究更为重视,于是,一些以总结前人积累经验为主要内容的商业地理著述相继问世,例如《吕氏春秋·本味篇》和李斯《谏逐客书》等作品中分别写道:“洞庭之缚,东海之鲙,醴水之鱼,……,昆仑之苹,……,阳华之芸,云梦