

商业地理学

—理论基础与中国商业地理

甘肃人民出版社

F727

53

商业地理学

—理论基础与中国商业地理

杨吾杨 张靖宜 崔家立
安成谋 孙宝泉 王希来

甘肃人民出版社

B 437783



商业地理学
——理论基础与中国商业地理

杨吾扬 张靖宜 崔家立
安成谋 孙宝泉 王希来

甘肃人民出版社出版
(兰州第一新村51号)

甘肃省新华书店发行 天水新华印刷厂印刷

开本850×1168毫米1/32 印张15.875 插页2 字数380,000
1987年8月第1版 1987年8月第1次印刷
印数: 1—5,000

书号: 12096·16 定价: 3.20元

序 言

商业地理学一般公认是以经济活动的地域体系为中心研究内容的经济地理学的一个分支，而从科学的发展历史过程来说，商业地理学还是经济地理学的前驱。我国最早的一部经济地理著作——司马迁的《史记·货殖列传》，实际上是一部商业地理著作，它主要记述春秋末至汉初各地社会经济发展特点、主要物产和一些代表性富商巨贾从事商业活动的情况。此后历代的一些志书中，都载有关于各地物产名目、城市贸易和沟通地区之间主要商路的情况。作为一门近代科学的商业地理学，则出现于十五、十六世纪世界地理大发现和欧洲产业革命之后。由于海上新航路的开辟，西欧各国相应扩展其海外贸易，甚至进行殖民掠夺，因而需要了解世界各地的地理环境、资源分布、生产规模、交通条件、港口城市、商业中心等的信息，于是初期的商业地理著作就适应这种客观需要而大量问世。其中，英国地理学家奇泽姆(G. Chisholm)于1889年出版的《商业地理手册》(Handbook of Commercial Geography)可以说是一本代表作。它系统叙述世界各地的商品生产、主要航线、贸易商港的详情以及商业活动的空间形式，这对于资本主义国家进行海外投资、殖民定居、控制战略物资，有其重要参考意义，因此拥有很大的销路，此书直到1980年还发行它的第20版本。

第二次世界大战以后，特别是六十年代工业进一步发展和国际经济关系普遍密切化以来，世界人口加速向城市集中，在经济发达国家大城市周围出现了大批新居住区和商业服务中心，于是

商业的地域组织、市场区位与腹地的联系、商品销售与居民的社会经济构成关系、商业活动的季节变化等，均需进一步研究，这就赋予商业地理学以新的活力。

在我国，商业地理学至今还是一门薄弱的学科，其原因是多方面的。首先在历史上，近五百年来西方国家蜂拥向海外开拓殖民，扩展贸易，与此同时，我国明、清两代政府却长期实行海禁，阻止民间商船出口从事海外贸易。而在国内多数地区，由于交通工具落后，区际贸易规模也很有限，仅东部沿海城市，在外国资本参与下，资本主义商品经济有一定程度的发展。曾有少数地理工作者进行了有关稻米、棉花、桐油、茶叶、食盐和木材等商品的产销研究。中华人民共和国成立后，地理学的科研与教学，基本上参照苏联的模式进行，而苏联五十年代的经济地理学是以研究生产的地理配置和生产地域综合体的形成发展规律为其中心内容的，很少涉及产品的交换与消费，可说是狭义的生产地理学。再则，国家实行计划经济，产品由国家统一进行收购、销售、调运和储存，地理工作者极少参与商业活动的研究。1978年党的十一届三中全会以后，对外实行开放，对内搞活经济，一方面扩大对外贸易和经济合作，同时在国内实行有计划的商品经济，加快发展第三产业。为适应这种新形势提出的客观要求，就有必要着力开展商业地理学的研究。

对商业活动进行地理研究，有着丰富的内容。首先，商业活动的出现是由于各地区可以利用的资源不同，所处的地理环境不同，经济生产、特别是加工工业的门类和发展水平不同，居民的生产 and 消费习惯也不同，因而所生产的产品种类、数量和质量也就不同，对本地需要来说，各种商品有余有缺，于是各地区之间，就利用一定的运输手段，进行物资的交流和贸易，以达到互通有无的目的。可见商业活动有其一定的地域差异背景，其中资源和环境两个因素的影响是比较稳定的，而各种社会经济因素的影响，

则变动较快较大。诸如此类的地域(空间)差异和时间发展变化,正是对商业活动进行地理研究的着眼点。

其次,商业地理学的深入研究,要和有关科学相结合,在地理科学领域内,特别要和城市地理学及交通运输地理学的研究相联系。城镇是商业活动的中心,一般来说是它们的主要功能之一。其中有的城镇的兴起,主要是由于贸易活动,例如世界很多海港城市的发展,就是以国际贸易为其基本功力的。因此,商业地理和城市地理有很多研究内容,例如商业规模与城市居民的社会经济构成、商业网点布局与城市功能分区,商品流通区和城市经济腹地等问题,都是互相交错,关系十分密切。有些关于城市地理学的理论,如克里斯塔勒(W·Christaller)的中心地理论,即基于商品的合理集散范围的研究而形成。至于交通运输地理学在资源的形成和变化、商品集散和运输网布局、交通运输条件如何适应社会消费等方面的研究,也和商业地理学有着千丝万缕的关系。

在我国积极开展商业地理学的研究以适应社会主义现代化建设的客观要求是大势所趋,势在必行。当务之急是要及早培养这方面的专业人才,可喜的是目前很多高等院校已开始讲授商业地理学。为了保证教学质量,教材建设必须相应跟上,扬吾扬等同志所撰《商业地理学——理论基础与中国商业地理》一书的出版,是一项十分及时的基本建设工作。无疑,它对我国商业地理学的建树,将起到发凡起例的深远的积极作用。

吴传钧*

一九八六年春节、中关村科学城

*吴传钧教授是我国著名经济地理学家,中国科学院地理研究所研究员,中国地理学会副会长。

编者说明

随着我国商品经济的迅速发展，商业领域理论和实践的研究不断前进，商业地理学（即商业活动的地理学）在国民经济建设中的作用，越来越重要。为了适应当前教学、科研及经济管理等方面的需要，我们编写了《商业地理学》一书。

本书商业地理学基础理论部分，目前国内尚缺乏较系统的论述，北京大学杨吾扬教授参考了大量国外有关文献，并结合我国实际，作了较系统的研究和探索，这部分成果，充实了本书内容。本书共十一章，三十五万字，各类图件五十余幅，主要内容包括：商业地理学的基础理论，如商业地理学的发展，商业地理学研究对象、性质及其与相邻学科的关系；商业、服务业空间布局模式；商业活动与地理环境的关系。人们生活中吃、穿、用、烧等方面的主要商品生产与销售分布规律；商品流通与交通运输以及现代信息传递的关系；我国贸易中心的形成及发展，我国主要贸易中心现状的分析；商业企业布局的理论和实施等。

本书适用于作大专院校有关专业大学生和研究生的教材；可作大学、中专有关专业教师的参考用书；可做商业、城市规划、国土开发，经济管理等部门有关工作人员的业务学习和科研参考用书。

本书由中国商业地理研究会组织编写，参加编写的有北京大学杨吾扬、北京财贸学院张靖宜、北京经济学院崔家立、兰州商学院安成谋、黑龙江商学院孙宝泉、北京财贸管理干部学院王希来等六位同志。具体分工：第一、二章由杨吾扬编写，第三、

六、八章由安成谋编写，第四、五章由张靖宜编写，第七章由孙宝泉编写，第九章由崔家立编写，第十、十一章由王希来编写。安成谋、张靖宜二同志负责全书的统稿，总纂。全部图件由崔家立同志负责设计。

全书绝大部分引用了1984年的有关资料，有些用了1984年以前的，也有一部分是1985年的资料。一般不包括台湾、港澳的资料。本书参阅了大量的著作、文献和消息报导，因篇幅有限，不一一列举。

中国地理学会副会长、中国科学院地理研究所研究员吴传钧教授在百忙中特为本书撰写了序言；在编写过程中，得到了上述六院校有关领导多方面的关怀和支持，张兰如同志为本书提供了部分资料，在此，一并表示衷心的感谢。

由于我们水平有限，错误之处在所难免，竭诚欢迎专家和读者批评指正。

编者

一九八六年二月

目 录

第一章 绪论：商业和商业地理学	(1)
一、地理分工与商业的发展.....	(1)
二、第三产业及商业、服务业在第三产业中的地位.....	(4)
三、商业地理学的由来、内容和体系.....	(7)
第二章 商业、服务业活动的空间组织模式	(12)
一、产销合理联系模式与商品流通区.....	(12)
二、商业的中心地方模式.....	(16)
三、城市地域结构和商业、服务业分布模式.....	(23)
四、商业服务中心的最优位置模式.....	(26)
五、服务点最优区位模式.....	(31)
第三章 中国商业活动与地理环境	(36)
一、自然环境与商业活动.....	(36)
二、经济环境与商业活动.....	(56)
三、人文环境与商业活动.....	(69)
第四章 中国食用农产品商品地理	(82)
一、粮食产销分布.....	(82)
二、食用油料产销分布.....	(104)
三、食用畜产品产销分布.....	(110)
四、水产品产销分布.....	(131)
五、水果的产销分布.....	(149)
六、主要食用土特产品产销分布.....	(157)
第五章 中国加工类食品商品地理	(169)
一、糖料及食糖的产销分布.....	(169)
二、烟草及卷烟的产销分布.....	(175)

三、茶叶的产销分布.....	(181)
四、名酒的产销分布.....	(190)
五、罐头食品的产销分布.....	(198)
六、食盐的产销分布.....	(200)
第六章 中国纺织品商品地理.....	(205)
一、纺织品的产销概况.....	(205)
二、棉纺织品的产销分布.....	(221)
三、化纤纺织品产销分布.....	(233)
四、毛、丝、麻纺织品产销分布.....	(243)
五、针织品与服装加工.....	(259)
第七章 中国日用工业品商品地理.....	(272)
一、日用机械与家用电器的产销分布.....	(272)
二、纸张的产销分布.....	(294)
三、陶瓷的产销分布.....	(301)
四、工艺美术品产销分布.....	(306)
五、日用五金产销分布.....	(314)
第八章 中国民用燃料商品地理.....	(316)
一、燃料商品的概况与构成.....	(316)
二、煤炭的产销分布.....	(319)
三、石油产品的产销分布.....	(339)
第九章 商品运输及信息传递.....	(352)
一、商品流通与交通运输.....	(352)
二、商品运输方式及经济评价.....	(380)
三、商业的信息网络.....	(426)
第十章 中国的贸易中心.....	(430)
一、贸易中心的发展及其特征.....	(430)
二、贸易中心分布特征及模式.....	(438)
三、中国的主要贸易中心.....	(443)

第十一章 中国商业企业布局	(472)
一、商业企业布局原则与方法.....	(472)
二、商业企业的布局方法.....	(478)
三、商业企业布局的实施.....	(481)

图 目

1. 商业活动的主要环节和联系图	(6)
2. 商品流向与区域划分图	(16)
3. 中心地市场网络图	(18)
4. 克里斯塔勒市场网络的类型图	(19)
5. 北京市商业服务业中心地模拟图	(21)
6. 胜芳镇及附近集市的中心地结构图	(22)
7. 城市人口密度和总人口由中心向外缘变化图	(24)
8. 自选商场的合理位置图	(28)
9. 静力类比法定位示意图	(28)
10. 求最优服务中心点网络图	(31)
11. 求最优服务中央点网络图	(33)
12. 中国稻谷产地分布图	(95)
13. 中国小麦产地分布图	(98)
14. 中国玉米、薯类产地分布图	(102)
15. 中国油料产地分布图	(107)
16. 中国牲畜产地分布图	(112)
17. 中国糖料产地分布图	(171)
18. 中国食糖产地分布图	(174)
19. 中国卷烟产地分布图	(180)
20. 中国茶叶产地分布图	(185)
21. 中国名酒产地分布图	(196)
22. 中国食盐产地分布图	(202)
23. 中国棉花产地分布图	(225)
24. 中国棉纺织品产地分布图	(230)
25. 中国化纤纺织品产地分布图	(237)
26. 中国毛、麻、丝产地分布图	(252)
27. 中国日用机械产品产地分布图	(274)

28.中国家用电器产地分布图（一）	（288）
29.中国家用电器产地分布图（二）	（290）
30.中国造纸产地分布图	（298）
31.中国日用陶瓷产品产地分布图	（304）
32.中国工艺美术产品产地分布图	（309）
33.中国煤炭产地分布图	（329）
34.中国石油产地分布图	（346）
35.不合理运输示意图（1）	（359）
36.不合理运输示意图（2）	（360）
37.不合理运输示意图（3）	（361）
38.不合理运输示意图（4）	（361）
39.不合理运输示意图（5）	（362）
40.不合理运输示意图（6）	（363）
41.不合理运输示意图（7）	（364）
42.不合理运输示意图（8）	（366）
43.中国煤炭调运路线示意图	（372）
44.中国石油制品调运路线示意图	（374）
45.中国食盐调运路线示意图	（377）
46.中国食糖调运路线示意图	（379）
47.中国铁路运输分布图	（384）
48.西藏公路图	（403）
49.中国水路运输分布图	（408）
50.中国远洋航海线及国际航空图	（417）
51.中国国内航空线图	（423）
52.汉代中原贸易中心分布示意图	（442）
53.江淮平原贸易中心分布示意图	（443）
54.华北平原贸易中心分布示意图	（444）
55.商业中心区吸引范围空间分布示意图	（479）
56.北京百万庄小区图	（492）
57.上海曹杨新村一村小区图	（492）
58.常州市东风新村小区图	（493）

第一章

绪论：商业和商业地理学

一、地理分工与商业的发展

地理分工与生产力的发展有密切联系。在原始社会，生产力低下，人们只有联合起来才能同自然作斗争。由于生产资料公有，产品虽然相当有限，但却归全体成员所有。原始的人群在劳动中实行自然分工，即按照性别和年龄分工，男子从事渔猎，妇女从事采集、纺织、分配食物，老人制造工具，儿童帮助母亲干活等。这时，由于基本上没有剩余产品，形成不了大量交换，所以也就不存在劳动的地域分工即地理分工问题。

到了原始社会后期，按性别和年龄的自然分工，已经不能适应社会生产力的发展，从而出现了社会大分工。第一次社会大分工是畜牧业和耕作业的分离。社会分工的发展带来了生产的增长和劳动生产率的提高，又出现了第二次社会大分工，即手工业和农业的分离。于是，剩余产品日渐增多，使得交换成为可能和必要，促进了私有制的产生和发展。最初，由氏族公社的头人代表公社同另一公社交换，但随着交换的扩大，头人利用权力把交换物当作私有财产，然后，交换又在公社内部发展起来，于是，商品和货币逐渐出现。在私有制产生的最初阶段，使用奴隶还是少量的。随着商品经济的发展，引起了第三次社会大分工，即商业成了独立的部门，商人和高利贷者出现了，这促使少数占有生产资料的富人残酷剥削大量失去生产资料的穷人。于是，奴隶社会的体制开始定型。早在原始社会向奴隶社会过渡时期，就出现了

最早的作为防御侵略的城堡城市，之后，城市又成为奴隶制国家的统治中心。但是，城市的手工业、商业和信贷功能，日益发展。随着城市的出现，人类阶级社会的城乡对立，体力和脑力劳动分离，也就相应而生。在之后的封建社会中，自然经济占统治地位，但是，手工业和商业也在缓慢发展着。商人和高利贷者常常兼并土地，而有些地主、贵族和官僚又兼营商业。商品经济的增长，从社会内部动摇着封建社会自给自足的经济体制，十五世纪末以后的地理大发现，又给了某些西方国家掠夺外域财富之机，于是，资本的原始积累过程开始了，它最终导致了十八世纪在西欧开始的产业革命，一个发达的商品经济、具有世界范围地理分工的资本主义体制，从此建立。

地理分工是社会分工的空间形式。形成社会分工有两个起始因素，一个是人们本身的差异，一个是周围自然环境的差异。前者是在狭小范围内起作用，也难以在地理上表现出来，后者，即由于环境引起的空间或地域的分工，已是在广大范围内社会分工的主要内含。当然，如果人类周围的自然环境差别不大，一开始社会分工的规模会受到限制，但由于社会制度的发展和生产技术的进步，也会促进地理分工的扩展。

地理分工扩展的内在动力是经济上的利益，或称经济效益。由于自然条件和资源、社会经济条件、特别是交通运输、商品流转和信息传送的差异，在不同的地区或城镇，生产同种产品的劳动生产率，即投入同样劳动产出的使用价值量大相轩轻，这就使地理分工成为对总的经济发展的刺激力量。设C和C'代表某地和外地单位产品的生产成本，P和P'代表某地和外地单位产品的销售价格，T代表流通领域为实现单位产品的追加费用。于是，实现地理分工的前提条件是

$$P - C - T < P' - C'$$

从以上不等式可以清楚地看出两地劳动生产率及相应的产品成本

的差别，以及流通领域费用的高低，共同决定了地理分工和生产专门化的程度。在资本主义社会的早期，即商业资本时代，以上的价格公式不一定符合商品的内在价值，不等价交换甚至财富的掠夺，使这种分工具有相当的超经济性质，但它也大大促进了商业的发展。在自由竞争的工业资本时代，商业、交通和仓储、邮电均成为独立的经营和投资领域，它们劳动生产率的提高，使得社会商品在流通中的耗费大为减少，而在运销范围的深度和广度上不断增大，这就出现了大量的专门化生产地区或中心。为适应商品流通的要求，出现了大商业和金融城市，那里是商品流通的组织者。当资本主义进入垄断阶段，金融资本和产业资本一体化，金融资本家靠垄断价格和跨国机构控制市场，使地理分工畸形化，大量片面专门化地区形成，作为工商业中心的附庸；与此同时，从世界范围来看，富国和穷国，发达国家、发展中国家和欠发达国家的地域分异加深了，引起了城乡、工农业和东西方、南北方更深刻的矛盾。

在社会主义（共产主义的初级阶段）制度下，存在着在计划经济指导下的市场经济，经济效益仍然是所有生产、流通企业的主要衡量标准。当然，也必须注意资本主义制度下被忽视的社会和环境效益。我国当前执行的对内搞活经济、对外开放的城乡经济改革政策，便是通过重视流通领域，突破长期形成的僵化和封闭模式的正确做法。它使城乡经济日益活跃，地区、部门之间多渠道、多层次、多种形式的横向经济联系日益增多，对外经济交流和合作迅速扩大。在国营、集体和个体企业同时并存下，我国城乡商业蓬勃发展，流通渠道和商业网点普遍化，多样化和开放化。在物资生产和人民生活不断提高基础上，新的商业体制已成为刺激消费、促进生产、增加积累、改善产业结构的关键产业，它将在我国社会主义现代化过程中，发挥愈来愈大的作用。

二、第三产业及商业、服务业

在第三产业中的地位

马克思在分析资本主义的社会再生产过程和商品推销条件时，将商品价值的组成分为不变资本C，可变资本V和剩余价值M；同时，他又将所有的生产企业分为两大部类，I是生产生产资料的企业，II是生产生活资料的企业。于是，简单再生产的公式是 $I(V+M) = II C$ ，扩大再生产的公式是 $I(V+M) > II C$ 。而进行扩大再生产时推销商品所需要的条件则为

$$I(V+A+BV) = II(C+BC)$$

式中A代表被资本家消费掉的一部分剩余价值，B代表积累起来的另一部分剩余价值，BC和BV分别代表再生产时，追加到不变资本和可变资本中的剩余价值。显然，马克思论证的是社会再生产的一般规律，它也适用于社会主义再生产，只是C、V、M的含义，已分别是投资、消费和积累了。马克思的商品价值构成和社会生产部类的精辟见解，是认识资本主义生产过程的本质和矛盾，实行社会主义经济计划的出发点。

本世纪上半叶以来，由于商品经济进一步发展，产业部门日益增多，科技进步一日千里，特别是流通、分配、消费的层次和结构空前复杂化，为了统计和预测的需要，开始从应用的角度来进一步划分产业结构。最早是二十年代从澳大利亚和新西兰流行起的方法，将所有社会经济企事业单位分为：第一产业，包括农业、畜牧业、渔业、林业和矿业；第二产业，包括制造业和运输业；第三产业，包括商业、金融保险、不动产、个人服务。第二次世界大战以后，各国普遍采用三种产业的划分法。如日本统计部门使用的分类是：第一产业，包括农业、林业、牧业和渔业；第二产业，包括制造业、建筑业、矿业与采掘业；第三产业，包