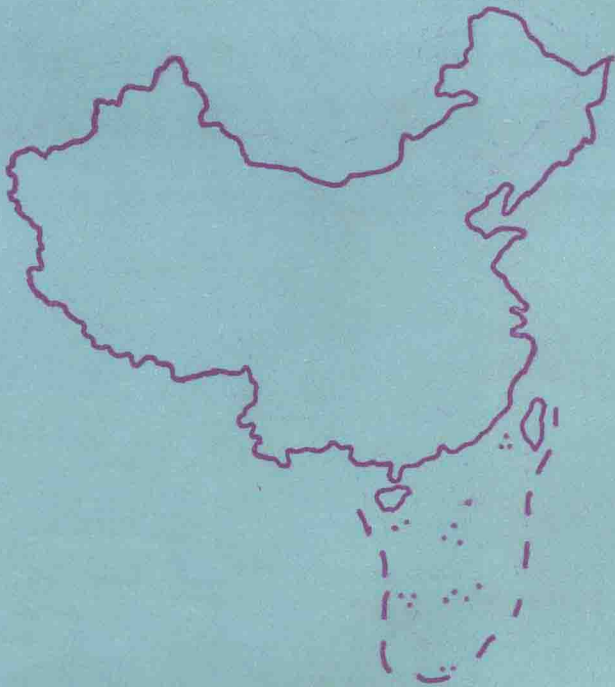


商业大专试用教材

中国商业地理



ZHONGGUO SHANGYE DILI

湖南商业专科学校

中国商业地理

江苏工业学院图书馆
藏书章

湖南商业专科学校出版

说 明

《中国商业地理》是在湖南商业专科学校领导下编写的商业大专试用教材。由湖南商专董恕增、陈福义、范保宁，并邀请江汉大学宋成厚、陈佳骆、颜瑾瑜共六位老师参加编写。范保宁绘制附图，董恕增、陈福义负责全书修改、总纂工作。

本书编写过程中，承蒙商业部有关单位，常德地区供销学校何文君同志，湘潭地区商业学校邹纲强同志，长沙市商业学校潘晓村同志，给予提供资料 and 大力支持，特此，一并致谢。

限于参加编写同志的水平、资料匮乏和时间仓促，书中不当之处，在所难免，敬请指教。待试用修改后，再正式呈报商业部教育司审批。

《中国商业地理》编写组

一九八三年七月

目 录

第一章 绪 论	(1)
一、商业地理学的产生和发展.....	(1)
二、商业地理学研究的对象.....	(3)
三、商业地理学的科学性质及其与相邻科学的 关系.....	(5)
四、商业地理学的任务.....	(8)
五、商业地理学的研究方法.....	(9)
第二章 中国商品生产、流通和消费的地理条件	(12)
第一节 自然地理条件与商品生产、流通和消 费的关系.....	(12)
第二节 地理位置与商品生产、流通和消费的 关系.....	(18)
第三节 人文地理条件与商品生产、流通和消 费的关系.....	(20)
第四节 技术条件与商品生产、流通和消费的 关系.....	(24)
第三章 农产品产销地域分布	(27)
第一节 农产品产销地域特点.....	(27)
第二节 粮食产销分布.....	(30)
第三节 食油产销分布.....	(39)
第四节 畜产品产销分布.....	(46)
第五节 水产品产销分布.....	(54)

第六节	果品产销分布	(58)
第七节	土特产品产销分布	(62)
第四章	加工类食品产销地域分布	(66)
第一节	食糖产销分布	(68)
第二节	卷烟产销分布	(78)
第三节	名酒产销分布	(85)
第四节	茶叶产销分布	(92)
第五节	食盐产销分布	(101)
第五章	纺织品产销地域分布	(107)
第一节	棉织品产销分布	(110)
第二节	化纤织品产销分布	(118)
第三节	毛、丝、麻织品产销分布	(123)
第六章	日用工业品产销地域分布	(134)
第一节	耐用消费品产销分布	(134)
第二节	家用电器产销分布	(143)
第三节	陶瓷制品产销分布	(151)
第四节	纸张产销分布	(156)
第七章	燃料及农用生产资料产销分布	(163)
第一节	石油制品产销分布	(163)
第二节	煤炭产销分布	(167)
第三节	化肥产销分布	(176)
第四节	农药和农机产销分布	(182)
第八章	商品运输的交通地理条件	(186)
第一节	商品运输的地理因素	(186)

第二节	陆路商品运输·····	(192)
第三节	水路商品运输·····	(208)
第四节	航空及管道运输·····	(219)
第五节	商业信息传递、交换和运用·····	(221)
第九章	中国商品购销额和商业网点地区分布·····	(223)
第一节	中国商品购销额的地区分布·····	(223)
第二节	批发机构的布局·····	(229)
第三节	零售网点的布局·····	(232)
第十章	中国商业中心的分布·····	(235)
第一节	商业中心形成的条件·····	(235)
第二节	中国商业中心分布的历史特征·····	(237)
第三节	目前中国商业中心的分布·····	(240)

第一章 绪 论

一、商业地理学的产生和发展

商业地理资料的记载，可以追溯到久远的年代。自商品经济诞生时起，人们为适应商品交换发展的需要，就开始了关于商业地理知识的记述与研究。当人类进入到奴隶社会时期，由于私有制的诞生，商品经济随着农业、手工业、商业和航海贸易的发展，人们活动的地域范围越来越广，商品经济虽然不是当时经济发展的主流，但经常不断地互通有无，已成为经济发展的必要。因此，人们不仅需要对本地区，而且更迫切地要求对居住地以外的广大地区的自然条件、物产供需、商品交换、道路交通、居民点分布以及居民生活习惯等多方面情况的相互了解，于是开始出现了以实用为特征的有关地理知识的记述和研究，成为古老的地理学萌芽。而这些地理知识多是商派的见闻，为商业所需要。所以说，商业地理学是地理学从萌芽之时起就已有的重要组成部分。

奴隶社会时期，在欧洲和阿拉伯世界，由于商业和航海的发展，促进了商业地理知识的萌芽。公元前九世纪后，为了适应古希腊、古罗马商人和贵族贸易的需要，就陆续出现“商路图”、“周航记”和“商业指南”等商业地理萌芽性作品。

公元五世纪后，在世界通商和航海事业发展的需要下，诸如“物产地理”之类记述有关物产、交通道路、水利和手工业等状况的记述性作品不断涌现。在十二世纪十字军东征以后，到十五世纪以后的地理大发现，地理科学的发展进入了一个新的时期。汉撒同盟的商业地理学也有所发展。欧洲一些国家的国内商业和对外贸易进一步发展，迫切需要对有关商业地理知

识的掌握与运用，因此在一些城市，开办了商人学校，设置了商业地理课程，讲授各国的物产、市场、港口、交通运输等知识。出版培养与训练青年商人的教科书和参考手册，介绍各地的自然条件与自然资源，贸易办法与货币制度，各种物产的生产与消费需求状况，交通线路与运输工具、运量规模等，提示商人从哪里购进廉价商品，到何地高价出售以获取利润。当时，德国人蒙斯脱（1489—1522年）编写的《宇宙志》一书，详细记述了各国地理位置、物产、交通等内容，该书在一百多年间被译为六种文字，发行了四十六版。这反映了新兴的商业资本是多么需要商业地理知识。十八世纪后，随着资本主义商品经济迅速发展，各国各地区之间贸易往来逐步扩大，整个地球逐步卷入西欧资产阶级倾销商品，掠夺原料的范围。从而，以记述商品的需要、供给、产地、销地、交通和贸易，以及商品生产的地区分布和商品流通过程的地区分布为其中心内容的作品更加丰富多彩，商业地理学也进一步得到完善，不仅逐渐形成了现代成熟的地理学科，而且在原有基础上又形成了《市场地理学》、《零售地理学》和《行为地理学》等几门分支学科，从而扩大了商业地理科学的研究领域。

我国古代有关商业活动与地理条件关系的记载，更是源远流长，内容宏富。虽然还称不上是真正科学商业地理，但它所积累的资料之丰富，所包含商业地理思想科学价值之可贵，在当时世界上商业地理学的发展中却是令人瞩目的。

春秋战国时代的《山海经》和《尚书·禹贡》，就是我国古代论述商业地理学的开拓篇章。西汉著名的历史家司马迁所著的《史记·货殖列传》，已进一步把地理知识和商业交往溶合在一起，比较系统地记叙了许多有关商业地理的知识。随着社会生产和商业活动的不断发展，在以后的各个朝代中，我国的商业地理学仍时有进展。但是，由于封建生产关系的长期延续，束缚了生产力的发展，阻碍着我国科学技术的进步，如同

其他科学一样，当时商业地理学在我国也不可能提高到近代科学的水平。

辛亥革命以后，逐步打破了闭关自守的封建枷锁，我国资本主义经济有所发展。国外的商业地理学也陆续传入我国。有的商业院校已开设了商业地理课程，传授商业地理知识，曾出版过苏继庠（上海商务·1924年）、曾庸（上海商务·1925年）和武培干（中华书局·1936年）等人的商业地理著作。中国商业地理学得到了一定的发展。

但是，在新中国成立前的漫长岁月里，由于受帝、官、封建的压迫和剥削，商品经济未能充分发展，有关中国商业地理的叙述，浩瀚的历史古籍虽多有涉及，却始终未能形成系统的研究，因而对商业地理学基础理论的探索很少建树，发展缓慢。新中国成立以后，由于轻商思想的影响，在相当一段时间内，对商业地理学的研究重视不够。直至党的十一届三中全会后，拨乱反正，商业工作进一步受到党和政府的高度重视。随着我国工业、农业、运输业和商业的蓬勃发展以及商业工作的调整、整顿与合理改革，才使中国商业地理科学在四化建设中方兴未艾。

二、商业地理学研究的对象

从商业地理学的萌芽、形成和发展的历史过程中，明显地看出它是在地理学体系中逐步成熟的一个重要分支。商业地理学作为一门部门地理学，它通过对不同生产方式下的各国各地区的商品生产与分布，商品流通与市场分布，商品消费与运输条件，商品生产、流通与地理环境的关系以及商业中心与商品在流通过程中所构成的网络的研究，揭示各国各地区商品流通和商业网络地区分布的形成原因，从而阐明商品地区间流通分布的规律。简而言之，商业地理学的研究对象是商品生产和商

品流通的地域分布及组合规律。中国商业地理则着重研究中国商品生产和商品流通的地域分布及组合规律。

商品流通是社会再生产的中间环节，是联系商品生产和消费的桥梁。商品的生产、收购、调运、储存、销售、消费总是要落实到一定的地域。因而，特定地区的商业活动往往具有自己特定的地域特点，各地区之间存在明显的差异。商业地理学就是要从地理的角度去阐明商业活动的地区特点及其区际差异，揭示商品流通的地域分布及组合规律。

生产和消费从两方面影响或决定着商品流通。生产的地区分工是商品流通产生和发展的前提，商品生产的规模和结构则决定着商品流通的深度和广度。商品生产是商品流通的基础，离开了商品生产，商品流通就成为无源之水。消费是生产和流通的目的，它影响着或在一定意义上决定着商品流通的规模和结构。无论是商品的生产，还是商品的消费，各地区是千差万别的，所以商业地理学还要从地理角度阐明商品生产和商业网络的地区分布及组合规律。

在一定生产力条件下，人们在组织商品流通的过程中，总是争取以最小的劳动消耗，实现尽可能多的商品流转额，取得最大的经济效益。这就要求人们必须切实地认识商品生产和商品流通的地域分布及组合规律。但是，商品生产与商品流通之间，商品生产与商品消费之间，商品流通与商品消费之间存在着错综复杂的经济联系，所以商品生产和商品流通的地域分布及组合规律，随着社会生产力的发展而发展，随着空间的变化而变化，随着社会制度的不同而不同。商业地理学就是研究商品生产和商品流通的地域分布及组合，在时间和空间上发展变化规律的科学。

商业地理学作为地理学的分支，它的研究主旨是人类商业活动和地理环境的关系，重点是地理环境对商品生产、流通和消费的影响，以及商品流通的空间结构、地区特征和区际联系

等。中国商业地理学当前研究的核心应该是：商品产销的地区差异与商品流通的关系；人文区位与商业网络的关系；交通运输状况对商品合理流向的影响；地理环境对商品产销和商业中心的地理分布的影响。

三、商业地理学的科学性质及其与相邻科学的关系

1. 商业地理学的科学性质

科学的性质决定于它的研究对象。而研究对象又为其所研究的主要矛盾所决定。毛泽东同志说过：“科学研究的区分，就是根据科学对象所具有的特殊的矛盾性。因此，对于某一领域的领域所特有的某一种矛盾的研究，就构成某一门学科的对象”（《毛泽东选集》第一卷二八四页）。如果一门科学的研究对象是自然现象，它则具有自然科学的性质；如果一门科学的研究对象是社会现象，它则具有社会科学的性质；如果一门科学的研究对象两者兼而有之，那么它就兼有自然科学和社会科学性质的边缘科学。

商业地理学研究的对象是商品生产和商品流通的地域分布及组合规律，研究的主要矛盾是地理环境与商业活动之间的矛盾。毫无疑问，地理环境是自然现象，是商业地理学研究的立足点。但商业活动是社会经济现象，而且是与自然有着密切关系的社会现象，它既涉及生产力方面，又涉及生产关系方面；既受社会经济规律所决定，又为自然条件所制约。因此，商业地理学是一门以自然科学为主的带有应用性质的边缘科学。

地理科学及其分支学科的发展是具有历史的继承性的。地理科学体系的基本对象，对各分支学科的对象及其发展趋向，也是具有规定性与制约性的。商业地理学作为地理学的一个分

支，可以不断发展，不断完善理论体系和方法论，但无论如何也绝不能跳出地理学的范畴。商业地理学研究地理环境与商业活动的关系，是一门具有阶级性的学科，是有为一定阶级服务的一面，商业地理学研究的实体也打了阶级性的烙印。社会主义社会研究商业地理学的主要任务还是探讨商业与地理的关系，提高与改善商业经营管理，更好地为生产实践服务和为人民生活服务。商业工作者应具有为生产实践服务的本领，商业地理人才的培养，必须学习和掌握大量的自然科学基础知识，这些也都说明商业地理学的边缘科学性质。

商业地理学研究商品生产和商品流通的地域分布及组合规律，这无疑要受生产方式所决定。但在同一生产方式下，特别是在其他条件相似的情况下，地理环境往往起着决定性的作用。生产力是生产中最活跃最革命的要素，生产关系要适应生产力的发展水平，这是马克思主义的定论。正因为生产关系是社会关系的属性，生产力是自然关系的属性，生产方式是生产关系和生产力的统一，是社会属性与自然属性的统一。因此，在生产方式决定商品生产和商品流通的地域分布及组合的情况下，商业地理学属于边缘科学性质，也是理所当然的。

商业地理学的研究对象和性质，决定了它具有明显的地理性。商品的生产和流通总是要落实到一定的地域，地域成为商业活动的基础。在自然界各种自然因素的作用下，各地域的自然条件千差万别，为商品生产、流通和消费提供的条件也大不相同，再加上经济、技术等条件的差异，导致了不同地域形成各具特色的商品生产和流通结构。所以，对于商业地理学来说，离开了对具体地区的研究，就等于离开了科学本身，地理性是商业地理学的基本特征，也是商业地理学与技术科学、其他经济科学区别的重要标志。

2. 商业地理学与相邻科学的关系

商业地理学既然是地理科学体系中的一个重要分支，又是

一门边缘性质的学科，要从自然、经济、技术等方面去综合研究商品生产和商品流通的规律性，这就决定了商业地理学与自然科学、技术科学和经济科学有着密切的关系。

①商业地理学与自然科学及经济地理学的关系。

商业地理学与自然科学特别是与自然地理学和商品学有着密切的关系。自然地理学是研究地理环境的构成及其形成发展规律的科学，而商业地理学是研究地理环境与商业活动相互关系的科学。地理环境是商品生产和商品流通的自然基础，地理环境的特点在很大程度上影响商品生产和商品流通内容及结构。商业地理学如果脱离了自然地理学，则是无源之水，无本之木。所以它们之间都有地域特征，关系密切。但是，商业地理学在研究商品生产和流通的地域分布时，还要考虑经济的、技术的因素，除了具有自然科学的性质外，还具有社会经济科学的性质。

商业地理学与商品学都以商品为基础，都具有自然科学的性质。不过商品学只研究商品质量在生产、流通和使用过程中的各种变化规律，也就是说主要研究商品质量标准、检测方法，商品包装、保管养护和使用等自然科学方面的内容。而商业地理学并不研究上述内容。

商业地理学与经济地理学有着极其密切的关系。它们都侧重于从地理角度去研究有关经济活动，都具有明显的地理性。同时也都受经济、技术、自然条件等因素的影响，同属边缘科学性质。但经济地理学所研究的主要矛盾是生产之间在地域分布上的矛盾。研究的对象是各国各地区生产布局的规律。它着重研究生产分布。而商业地理学既研究商品生产的分布，更重要的是研究商品流通的地域分布。

②商业地理学与经济科学的关系

商业地理学与经济科学特别是与政治经济学及部门经济学有着密切关系。政治经济学研究人们的生产关系即经济关系的

发展的科学，阐述人类社会发展各个阶段上支配物质资料生产和分配规律。商业地理学在研究商品生产和流通分布时，不仅要考虑地理环境的特点和生产技术的水平，而且还要考虑生产关系的性质，所以商业地理学遵循政治经济学的结论，并以之为基础去研究商品生产和商品流通的地域分布和组合规律。

商业地理学与商业经济学都以商业活动为重要内容，共同为商业工作服务，在许多方面相互渗透和互为所用，表现出学科之间的交叉现象，都具有社会经济科学的性质。但它们所研究的对象又完全不同。商业经济学作为一门部门经济学，着重是研究商品流通领域中经济关系及其发展变化规律，与商业地理学有着明显的区别。

商业地理学与商业企业管理学都是边缘科学，相互关系紧密。但是，商业企业管理学则是侧重研究商品流通过程中的管理关系及其发展变化规律，与商业地理学也有着明显的区别。

四、商业地理学的任务

商业地理学是一门实践性很强的科学。它通过对影响商品流通地域分布与组合的地理环境等因素的分析、研究，探明商品流通地域分布与组合的一般规律和特殊规律，为正确地进行商品调拨区划提供科学依据。为发展商品生产，扩大商品流通，不断满足人民日益增长的需要服务。因此，研究、学习商业地理学的主要任务有如下几个方面。

1. 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

商品生产是商品流通的基础，而商品生产和商品流通的布局特点和发展水平，一方面受不同的社会生产方式以及与之相适应的经济规律所决定；另一方面又被不同的自然条件、社会政治、经济条件、人口分布、民族构成、历史基础所影响和制

约。因此，造成商品生产、流通和消费在地域上的巨大差异，引起商业网络和商品流向在地域上的变化。商业地理学的任务就是要分析和评价地理环境以及各种社会经济条件对商品生产和商品流通地域分布的影响，综合分析和论证各国各地区商品生产、流通的地域分布现状，研究商品产销的地区差异以及商品合理流向和合理供应范围，从而打破行政区划为确立合理的商业经济区域以及组织地域间商品产销联系提供地理科学依据。

2. 为商业网络合理布局提供地理科学依据

商业经营管理机构及其所属企业直接从事商品的收购、销售、调运、储存等商业经济活动，而这些活动都要落实到一定的地域上。因此，商业地理学的又一个任务，就是要具体地分析各地区的供求关系、交通条件、商业中心的建立或位移，以及商业机构及网点的布局现状，从而究明商品流通的地域分布规律，为合理布局商业网络提供地理科学依据。

3. 为商业经营、管理培养专门人材

商业地理学是一门专业基础学科。它从商业经济活动的另一个侧面研究商业经济活动，填补了商业专业教学所不能涉及的方面，为更好地学习商业专业知识打下基础。所以说，商业地理学是商业院校学生必修的专业基础课程，也是广大商业工作者必不可少的学习读物。

通过对中国商业地理的系统学习，掌握商业地理学的理论和商品流通地域分布与组合的规律，提高对商业网络合理布局的认识和按经济规律、自然规律办事的自觉性，真正做到使商品货畅其流，取得最佳经济效益。

五、商业地理学的研究方法

马克思主义的唯物辩证法，是研究商业地理学的根本方

法。同时，结合商业地理学本身所固有的特性，还必须掌握运用下列几种方法：

1. 区域综合分析法

影响商品生产和流通地域分布及组合的因素很多，而自然和社会经济诸因素在影响中又是相互联系、相互依存、综合作用。所以我们在各个区域内，对各因素进行综合分析，找出起主导作用的因素，得出正确的因果关系，阐明各地区商品流通及商业网络的主要特征。过去，在缺乏定量资料或不宜使用数学方式表达的情况下，定性的综合分析方法发挥重要的作用。今后，在继续运用定性分析的同时，还要加强定量分析研究，以提高商业地理学的科学水平。

2. 图表法

商品流通中物质实体的数量、构成、位置和流向等，都可以在地图和图表上反映出来。而且也只有通过地图和图表，才能更形象、更准确地显示出商品生产、销售和仓储的地域分布；商品的流向和运输线路；商品流通的地域分布与自然要素和社会经济因素的关系。从商业地图和图表上可以更好地看出商品产销的地域特点以及地域分布与其有关因素之间的相互关系，容易看出商品运输的地域分布和商业经营机构的布局是否合理。正如地理学及其他分支学科一样，充分运用地图和图表是研究商业地理学的另一基本方法。

3. 系统工程方法

商品流通及商业机构网络的地区分布和组合，是一个极其复杂的系统，可以用图式模型和数学模型简明表达各子系统、各因素间的相互关系，并且运用数理统计和运筹方法进行定量计算与定性分析有机结合，选用切实可行的优化方案，借以指导商业工作取得较好的经济效益。

4. 遥感方法

运用遥感卫星照片提供农产品数量与分布、人口、居民点、

交通线、工业点、自然资源分布等资料，是商业地理学研究的重要信息来源。遥感资料能够及时、准确、全面地反映上述情况，适合于商业地理学作宏观定量研究的需要。因此，商业地理学的研究必须充分利用遥感方法等一些最新的科学技术，以迅速了解掌握商品生产和商品流通地域分布及组合的变化情况，有利于全面地分析商品生产和商品流通在地域分布上的关系，更好地为商业现代化服务。

第一章 绪论

商业地理学是研究商业活动的地域分布及其与地理环境的关系的一门学科。它是一门综合性很强的学科，涉及到地理学、经济学、社会学、心理学、统计学、数学、计算机科学等多个学科。商业地理学的研究对于了解商业活动的空间规律、优化商业布局、提高商业效率具有重要的意义。随着全球化和信息化的快速发展，商业地理学在商业决策中的作用日益凸显。本章将介绍商业地理学的基本概念、研究内容、研究方法以及其在商业实践中的应用。